

## Anàlisi de visibilitat dels principals llocs web dels museus de Catalunya i d'Europa: comparativa 2006-2009

Joan-Isidre Badell, Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra. [joanisidre.badell@upf.edu](mailto:joanisidre.badell@upf.edu)

Cristòfol Rovira i Fontanals, Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra. [cristofol.rovira@upf.edu](mailto:cristofol.rovira@upf.edu)

### Resum

#### Català:

La comunicació presenta els resultats d'una anàlisi de la visibilitat dels principals llocs web de museus de Catalunya, les seves causes i les possibles bones pràctiques per aconseguir valors alts en aquest indicador comparant-ne els resultats amb els principals museus d'Europa. S'ha estudiat l'evolució de la visibilitat dels llocs web de museus de Catalunya i d'Europa entre els anys 2006 i 2009. Les dades han estat obtingudes majoritàriament de forma automàtica utilitzant una eina de tipus rastrejador o spider anomenat DigiDocSpider i desenvolupat pel Grup de Recerca DigiDoc de la Universitat Pompeu Fabra.

#### Castellà:

La comunicación presenta los resultados de un análisis de la visibilidad de los principales sitios web de museos de Catalunya, de sus causas y de las posibles buenas prácticas para conseguir valores altos en este indicador comparando los resultados con los sitios web de los principales museos de Europa. Se ha estudiado la evolución de la visibilidad de los sitios web de los museos de Catalunya y de Europa entre los años 2006 y 2009. Los datos se han

obtenido mayoritariamente de forma automática utilizando una herramienta de tipo rastreador o spider llamado DigiDocSpider desarrollado por el Grupo de Investigación DigiDoc de la Universidad Pompeu Fabra.

English:

The communication presents results of an analysis of the visibility of the main museums websites of Catalonia, of his causes and of possible good practices to achieve high values in this indicator comparing results with websites of main museums of Europe. The evolution of the visibility has been studied of the website of the museums of Catalonia and Europe between years 2006 and 2009. Details have been obtained mainly in an automatic way using a tracker type tool or spider so-called DigiDocSpider developed by the Investigation Group DigiDoc of the University Pompeu Fabra.

#### **Paraules clau**

Català:

Visibilitat, web, museus, Catalunya, Europa, enllaços externs

Castellà:

Visibilidad, web, museos, Cataluña, Europa, enlaces externos

English:

Visibility, web, museums, Catalonia, Europe, blaclinks, PageRank

## **1. Introducció**

La principal finalitat de la comunicació és analitzar i avaluar el nivell de visibilitat dels llocs web de museus de Catalunya entre els anys 2006 i 2009. D'altra banda, s'han analitzat les dades de l'any 2009 en relació als principals museus d'Europa. També s'han deduït les bones pràctiques que un webmaster hauria de realitzar per tal d'obtenir valors alts en visibilitat.

## **1.1 Definició**

La visibilitat és el nombre d'enllaços que rep un lloc web i dóna una idea de l'impacte del lloc web a Internet.

La visibilitat està fortament relacionada amb un altre indicador cibernètic de gran importància, el factor d'impacte web (Rodríguez i Gairín, 1997; Ingwersen, 1998). El factor d'impacte web intenta reproduir en la web el clàssic factor d'impacte d'una publicació científica i es calcula dividint el nombre de enllaços entrants que apunten a alguna pàgina del lloc web pel nombre total de pàgines d'aquest lloc web.

En aquest treball s'ha utilitzat l'indicador de la visibilitat considerant els enllaços externs que apunten a la pàgina inicial del lloc web analitzat.

## **1.2 Objectius**

Els principals objectius de la comunicació són els següents:

- Elaborar els rànquings de la visibilitat de les webs de museus de Catalunya en l'any 2009 i identificar les webs dels principals museus catalans.
- Comparar el rànquing dels principals museus catalans del 2009 amb el rànquing del 2006.
  - Identificar les webs que han guanyat més visibilitat en relació als anys 2006 i 2009.
  - Identificar les webs que han perdut més visibilitat en relació als anys 2006 i 2009.
- Comparar les dades de l'any 2009 amb les dels principals museus d'Europa.
- Establir algunes recomanacions de bones pràctiques per a webmasters.

## 2. Metodologia

La metodologia de treball ha estat per una banda un estudi descriptiu i per una altra quantitatiu. Una anàlisi estadística descriptiva per tal d'obtenir mitjanes i en algun cas coeficients de correlació. L'anàlisi de les dades ens ha permès elaborar els rànquings de visibilitat que mostra quins són els millors i pitjors webs de museus de Catalunya en aquest aspecte.

Per l'obtenció de dades s'ha realitzat una anàlisi quantitativa dels llocs web dels museus de Catalunya mitjançant l'aplicatiu informàtic *DigiDocSpider*.

Les dades utilitzades per l'estudi són les obtingudes principalment del cercador de Yahoo, concretament els enllaços externs que reben els llocs web analitzats. És un valor que els cercadors tenen en compte per al posicionament, per tant, és un element estratègic en el màrqueting i difusió per les institucions culturals. Cal aconseguir enllaços externs perquè la institució museística sigui més visitada virtualment i de retruc també físicament.

Un estudi del 2006<sup>1</sup> és el que ha servit per establir la comparativa amb el realitzat el 2009. Per tal de poder realitzar la comparativa ha estat necessari homogeneïtzar els dos estudis i limitar-lo a 61 museus coincidents. L'anàlisi s'ha realitzat durant els mesos de febrer a març del 2009.

La comunicació és una part del resultat del treball de recerca "Visibilitat dels llocs web de museus de Catalunya" del Màster Oficial en Gestió de Continguts Digitals de les universitats de Barcelona i Pompeu Fabra, edició 2009.

## 3. Resultats

---

<sup>1</sup> Ricard Monistrol, Cristòfol Rovira, Lluís Codina. "Sitios Web de museos de Cataluña: Análisis y propuesta de evaluación" [on line]. *Hipertext.net*, núm. 4, 2006.

Els resultats obtinguts es mostren a continuació, vegeu la taula 1.

Rànquing de visibilitat (2006-2009) valors absoluts			
Museu (ordenat per diferència)	2006	2009	Diferència 2006-2009
Museu d'Història de Catalunya	388	39618	39230
Museu de Granollers	189	14486	14297
Fundació Dalí	5150	16972	11822
Museu Nacional d'Art de Catalunya	1600	10948	9348
Museu Picasso	1920	9700	7780
Museu d'Art Contemporani de Barcelona	655	6274	5619
Museu Diocesà de Tarragona	201	2069	1868
Museu d'Història de Barcelona	101	1912	1811
Museu Comarcal de l'Urgell	876	2276	1400
Museu de la Música	39	1404	1365
Museu Nacional de la Ciència i la Tècnica de Catalunya	9	1148	1139
Museu de l'Institut Botànic de Barcelona	89	935	846
Museu de Badalona	167	796	629
Museu Municipal Josep Aragay (Breda)	6	526	520
Museu de l'Empordà	240	591	351
Museu d'Arqueologia de Catalunya	0	345	345
Museu Episcopal de Vic	124	468	344
Museu Tèxtil i d'Indumentària	234	527	293
Museu Frederic Marès	393	684	291
Museu del Cinema (Girona)	233	392	159
Museu d'Art Jaume Morera (Lleida)	212	336	124

Museu de la Pesca de Palamós	8	132	124
Museu de Cardedeu	7	107	100
Museu de Gavà	0	87	87
Museu d'Art Modern de Tarragona	10	88	78
Museu Geològic del Seminari de Barcelona	29	101	72
Fundació Tàpies	10	75	65
Museu Salvador Vilaseca (Reus)	56	101	45
Museu de la Noguera	22	61	39
Museu de Montserrat	8	39	31
Museu Monestir de Pedralbes	12	39	27
Museu Torre Balldovina	53	80	27
Museu d'Art de Girona	3	22	19
Museu de Ripoll	114	132	18
Museu d'Història de Girona	75	92	17
Museu Municipal de Nàutica del Masnou	1	17	16
Museu de Terrassa	28	37	9
Museu de Cervera	5	13	8
Museu del Suro de Palafrugell	7	15	8
Museu Molí Paperer de Capellades	13	21	8
Museu Pau Casals	5	13	8
Museu d'Història de Sabadell	0	6	6
Centre d'Interpretació del Parc Güell	0	5	5
Museu Agrícola de Cambrils	0	4	4
L'Enrajolada Casa - Museu Santacana (Martorell)	0	3	3
Museu Municipal Vicenç Ros (Martorell)	0	3	3
Museu Deu (Vendrell)	0	0	0
Museu Etnològic del Montseny	0	0	0

Museu Marítim de Barcelona	0	0	0
Museu Municipal de Tossa de Mar	42	40	-2
Museu del Vidre de Vimbodí	5	1	-4
Museu de Zoologia	12	7	-5
Museu d'Història de Cambrils	57	34	-23
Museu Diocesà d'Urgell	84	53	-31
Catedral de Girona	70	1	-69
Museu del Joguet de Catalunya	595	513	-82
Museu del Futbol Club Barcelona	174	8	-166
Museu de la Pell d'Igualada	170	1	-169
Museu-Arxiu Municipal de Calella	193	13	-180
Biblioteca Museu Víctor Balaguer (Vilanova i la Geltrú)	2190	178	-2012
Fundació Miró	10500	2229	-8271

Taula 1. Comparativa 2006 (Monistrol) - 2009 (Badell)  
ordenada segons han guanyat i perdut visibilitat en valors absoluts. Elaboració pròpia.

El Museu d'Història de Catalunya encapçala la primera posició del rànquing en nombre absolut d'enllaços entrants i la Fundació Miró la que ha perdut més. La taula 2 mostra els deu que més han guanyat i els deu que més han perdut.

Els deu museus que han guanyat més i els deu que han perdut més (2006-2009)	
<i>TOP TEN (+)</i>	<i>TOP UNDER (-)</i>
Museu Nacional de la Ciència i la Tècnica de Catalunya	Museu Diocesà d'Urgell
Museu d'Història de Catalunya	Museu d'Història de Cambrils
Museu Municipal Josep Aragay (Breda)	Museu de Zoologia

Museu de Granollers	Fundació Miró
Museu de la Música	Museu del Vidre de Vimbodí
Museu d'Història de Barcelona	Biblioteca Museu Víctor Balaguer (Vilanova i la Geltrú)
Museu Municipal de Nàutica del Masnou	Museu-Arxiu Municipal de Calella
Museu de la Pesca de Palamós	Museu del Futbol Club Barcelona
Museu de Cardedeu	Catedral de Girona
Museu de l'Institut Botànic de Barcelona	Museu de la Pell d'Igualada

Taula 2. Els deu que més guanyen i els deu que més perden en percentatge. Elaboració pròpia.

Les mitjanes totals de les anàlisi realitzades, ens mostra un augment molt important en el període 2006-2009. En aquests tres anys els museus catalans han augmentat el nombre d'enllaços en 1465 en valors absoluts, el que suposa un augment del 326,28%.

Hem constatat que 39 dels 61 museus analitzats (65%) han augmentat significativament el nombre d'enllaços entrants i només 12 (11%) han disminuït. D'altra banda, cal ressaltar el següent:

- 2 museus han augmentat per sobre del 10.000%
- 9 museus han augmentat per sobre del 1000%
- 15 museus han augmenta per sobre el 500%

Promig 2006	Promig 2009	Percentatge 06-09
449	1.914	326,28%

Taula 3. Promitjos i percentatges 2006 (Monistrol) - 2009 (Badell). Elaboració pròpia.



És remarcable l'èxit d'alguns museus locals i comarcals com els de Granollers i Urgell o els de Breda, El Masnou, Palamós i Cardedeu. També però en sentit contrari la pèrdua de la Fundació Miró i els pobres resultats de museus tan significatius com el Museu de la Pell d'Igualada, el Museu de Zoologia o el del F.C. Barcelona.

### 3.1 Comparativa Catalunya - Europa

S'han escollit els quinze principals i més importants museus d'Europa, independentment de la tipologia i titularitat, segons el nombre d'enllaços externs. S'ha limitat a quinze considerant que era una proporció adequada de ¼ (25%) respecte als 61 museus catalans analitzats.

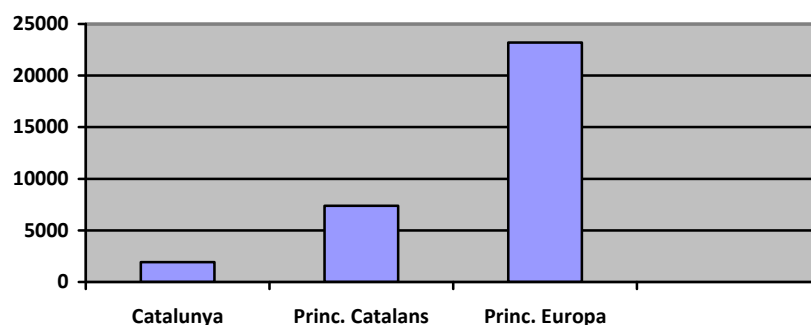
S'han seleccionat els millors museus per tal de tenir un grup de control amb les grans institucions museístiques europees i poder comparar l'estat actual dels llocs de museus catalans amb les webs dels millors museus d'Europa.

Rànquing dels Museus d'Europa	
Museu (ordenats de major a menor nombre)	Enllaços entrants
Musée du Louvre	89689
Tate Online	80613
National Gallery	66070
Royal Academie of Arts	31673

Musée du Château de Versailles	27214
State Hermitage Museum	21459
National Portrait Gallery	15462
Fitzwilliam Museum	5762
Musée Roden	3789
Museum het Rembrandthuis	3081
State Russian Museum	1873
Art and Exhibition Hall of the Federal Republic of Germany	457
National Museum of Denmark	424
Rijksmuseum Amsterdam	410
Kunsthistorisches Museum Vienna	15

Taula 4. Grup control Europa ordenada de major a menor en valors absoluts. Elaboració pròpia.

El resultat indica que el millor museu català en visibilitat està a nivell del quart d'Europa. Si agafem però el grup de quinze la distància és encara prou significativa (gràfica 1).



Gràfica 1. Comparativa de promitjos Catalunya – Europa, any 2009. Elaboració pròpia.

### 3.2 Conclusions i bones pràctiques

Les conclusions bàsiques del treball són:

- Els museus catalans han augmentat la seva visibilitat en un 326,28% en el període 2006-2009
- Aquest increment però està concentrat en els grans i principals museus.
- Els principals museus catalans s'apropen a Europa però encara estan per sota del nivell dels principals d'Europa
- Alguns museus petits locals i comarcals estan fent una tasca molt important en aquest tema, són però una excepció encara.

Fetes les consideracions anteriors intentem entendre el fenomen d'aquest extraordinari augment. Considerem que totes les dades obtingudes i analitzades són correctes i han estat correctament elaborades. Han passat els controls de detecció d'errors i diverses comprovacions.

L'augment està concentrat en un quants museus on sospitem que han realitzat una sèrie d'accions encaminades a la millora dels

posicionaments dels seus llocs webs. S'ha realitzat una comprovació d'un centre concret i hem agafat la web del museu amb millor rànquing en valors absoluts: Museu d'Història de Catalunya. La comprovació consisteix en verificar si en la web s'han aplicat les accions bàsiques d'una campanya de posicionament, és a dir, si compleix amb les recomanacions de bones pràctiques per a webmasters. A continuació en resum algunes d'aquestes recomanacions:

- Continguts de qualitat
- Paraules clau adequades a metaetiquetes
- Ser present en directoris i motors de cerca
- Intercanvi d'enllaços amb altres institucions
- Prestar atenció als atributs dels enllaços
- Ús de metaetiquetes
- Ús de títols i encapçalaments

Després de l'anàlisi realitzada podem afirmar que la web del Museu d'Història de Catalunya ha estat dissenyada per un equip d'experts, el qual es responsabilitza també de les actualitzacions. Els continguts, per descomptat són de qualitat i estan orientats a respondre les necessitats dels usuaris i dels especialistes. La web utilitza metaetiquetes adequades, paraules clau i les pàgines i seccions estan titulades.

Metaetiquetes:

Títol: Museu d'Història de Catalunya.

Descripció: El Museu d'Història de Catalunya té per objecte exposar i difondre la història de Catalunya com a patrimoni col·lectiu, conservar els objectes que hi són relatius i enfortir la identificació dels ciutadans amb la història nacional.

Paraules clau: museu, història, catalunya, català, catalans, història catalana, museu en línia, museu on line, catalan on line, museum, museo, cataluña, museo de historia de cataluña

El Museu d'Història de Catalunya apareix en el primer lloc del llistat de resultats dels principals motors de cerca: Google, Yahoo, MSM, Altavista, etc. tant en la cerca pel nom desenvolupat com per les sigles (mhcat). No obstant, no consta en el directori acadèmic de més prestigi DMOZ, on sí apareix el Museu d'Art Contemporani de Barcelona i la Fundació Miró, paradoxalment aquesta última és la que ha perdut més visibilitat.

Sembla prou clar que el Museu d'Història de Catalunya dona una gran importància a la seva web i la manté amb cura i atenció. De fet, com es defineix ella mateixa, és un "museu en línia".



Gràfica 2. Pàgina principal del Museu d'Història de Catalunya, un *museu en línia*.

#### 4. Bibliografia

Aguillo, Isidro F.(2003). Cibermetría: introducción teórico – práctica a una disciplina emergente. [on line] Versión 0.81

Aguillo, Isidro F. (coord.) (2005) Factor de impacto y visibilidad de 4.000 sedes webs universitarias españolas. CINDOC. InternetLab, Madrid: 16 de junio de 2005, pàg. 29.

Alonso Berrocal,J.M. C. ; G. Figuerola; A. F. Zazo. (2004) Cibermetría: nuevas técnicas de estudio aplicables al web. Gijón: Trea. Pàg. 124-125.

Badell, Joan-Isidre. Visibilitat de llocs web de museus de Catalunya. (2009) Treball de recerca Màster en Gestió de Continguts Digitals, Universitat de Barcelona, Universitat Pompeu Fabra.

Baeza-Yates, Ricardo; Davis, Emilio. (2004) Web page ranking using link attributes. *International Web Wide World Conference*, New York. P. 328-329.

Bellido, M. Luisa.(2001) Arte, museus y nuevas tecnologías. Gijón: Trea.

Codina, Lluís; M. Carmen Marcos. (2006) Posicionamiento web: conceptos y herramientas. *El Profesional de la Información*, vol. 14, núm 2. Pàg. 84-99.

Ingwersen, Peter (1998). The calculation of web impact factors. *Journal of Documentation*, vol. 54, issue, 2, 1998, p. 236-243.

Monistrol, Ricard. (2007) Recursos culturales en línia; búsqueda de información sobre museus de España, Francia, Italia, Alemania y Reino Unido. [on line] "Hipertext.net", núm, 5.

Monistrol, Ricard ; Cristòfol Rovira, Lluís Codina.(2006) Sitios Web de museos de Cataluña: Análisis y propuesta de evaluación [on line]. "Hipertext.net", núm. 4.

Munilla, Glòria. (2008) Patrimoni i WWW: instruments i estratègies de creació i dinamització del Patrimoni mitjançant les TIC. I Jornada Difusió Cultural i World Wide Web, 9 octubre.

Pedraza, Rafael; Codina, Lluís; Rovira, Cristòfol. (2008). Semantic Web adoption: online tools for web evaluation and metadata extraction. En Da Ruan et al. (ed) Computational Intelligence In Decision And Control. Proceedings Of The 8Th International Flins Conferenc New Yersey: World Scientific Publishing Co Pte Ltd, 2008.

Rodríguez i Gairín, J.M. Valorando el impacto de la información en internet. <http://www.kronosdoc.com/jm.htm> [Consulta: 10 de enero de 2009]

Rovira, Cristòfol.(2007) *Artículo M529. Rastreo automático: DigiDocSpider* [en linea]. En Cristòfol Rovira; Lluís Codina (dir.). *Documentación digital*. Barcelona: Área de Ciencias de la Documentación. Departamento de Periodismo y de Comunicación Audiovisual. Universidad Pompeu Fabra. <http://www.documentaciondigital.org>

Rovira, Cristòfol (2008) Visibilitat dels llocs webs culturals de Catalunya. I Jornada Difusió Cultural i World Wide Web, 9 octubre 2008. [http://eprints.rclis.org/16352/1/jornades\\_ub\\_2008.pdf](http://eprints.rclis.org/16352/1/jornades_ub_2008.pdf)